CRÉATION DE SITES INTERNET
WORDPRESS

www.catherinedupuis-creations.fr

LA CHARTE GRAPHIQUE

mode d'emploi

Une charte graphique sert à créer une identité visuelle pour une entreprise, une marque, un produit ou encore un site web.

Son élaboration est donc une étape très importante dans le cas qui nous intéresse particulièrement : la conception d'un site internet.

Pour résumer, la charte graphique va déterminer le style, les éléments graphiques et leur positionnement (images, bannières, logo, etc.), les couleurs, les formes et les polices de caractère du site web.

Au final, nous aurons défini le design du site, autrement dit la première chose que verront vos visiteurs...
D'un seul coup, la chose paraît moins secondaire, non ?

Quelques exemples qui valent mieux qu'un long discours

Identité graphique créée par une police de caractère spécifique

TINTIN

Harry Potter

STAR WARS

Identité graphique créée par un logo

Identité graphique créée par des couleurs.

La police utilisée pour certains de ces logos ressemble à une police classique (arial narrow pour Youtube et arial black pour IKEA par exemple), mais c'est l'association des couleurs qui fait penser à la marque.

Vous pouvez faire un test simple : remplacez le nom de la marque par n'importe quel autre texte... L'association des couleurs vous fera malgré tout penser à la marque d'origine !

La preuve visuelle

Dernier cas de figure : l'identité graphique créée par un agencement de plusieurs critères, à savoir l'association de couleurs, ou d'une police et de couleurs.

Dans le cas de la conception d'un site internet, il ne s'agit pas seulement de créer un logo mais de parvenir à une homogénéité visuelle. Cette cohérence visuelle qui se répétera de page en page doit permettre aux internautes de savoir d'un seul coup d'oeil sur quel site ils sont, de quoi traite ce site et quelles informations ils sont venus chercher sur ce site.

LA RÈGLE D'OR

La règle d'or est qu'il n'y en a pas !
Il n'y a pas de règle précise pour élaborer une charte graphique, car aucune ne se ressemble. Sinon, tous les sites internet se ressembleraient comme deux gouttes d'eau.

En revanche, il y a quelques principes fondamentaux à respecter et un maître mot à vénérer : la cohérence.

Si vous souhaitez fidéliser vos visiteurs, pas question de changer les couleurs et le logo de votre société à chaque page du site. Vous devez donner une identité à votre site, c'est-à-dire lui créer un caractère permanent et stable.

Le choix du thème graphique

Il sera fait en fonction du sujet traité par le site.
On imagine sans mal par exemple un template (thème graphique) avec des visuels de nature et avec des dégradés de vert pour un site traitant d'écologie.

Si vous êtes en mal d'inspiration, il est judicieux d'aller visiter des sites traitant du même thème.

Le choix des couleurs

Voici trois règles importantes à respecter concernant le choix des couleurs :

- elles doivent avoir un rapport avec le thème ;
- elles doivent bien s'harmoniser entre elles ;
- elles doivent se limiter en nombre (pas plus de 3).

Si l'harmonie des couleurs n'est pas votre fort, le site https://kuler.adobe.com devrait vous aider à choisir votre couleur principale et vos couleurs secondaires.

Le choix de la typographie (polices de caractère)

La typographie est très importante, car elle donne d'emblée une certaine image du produit. Les polices de caractère sont des outils qui, bien utilisés, embellissent à coup sûr le résultat.

Un exemple

CRON LE CAMION QUI DURE POUR LES VRAIS PETITS DURS...

CRON le camion qui dure pour les vrais petits durs...

Quelle phrase vous paraît-elle indestructible ?

La couleur aussi est importante !

CRON le camion qui dure pour les vrais petits durs...
CRON le camion qui dure pour les vrais petits durs...

Instructif, non ?

Associez les deux d'une manière malencontreuse et vous êtes sûr de rater votre cible et de couler le produit !

CRON le camion qui dure pour les vrais petits durs...

Fin de la demonstration !

Comme pour le choix des couleurs, il faut aussi conserver une certaine homogénéité dans vos choix de polices et se limiter en nombre : une police pour les titres, une pour les sous-titres, une pour le texte des articles... Et c'est tout ! Éventuellement, votre logo pourra lui aussi avoir sa propre police.

Voici un exemple de site composé de 4 polices différentes qui apparaîtront sur chaque page du site. C'est déjà trop...

CRON le camion qui dure
pour les vrais petits durs...
CRON 2013, un jouet en pleine métamorphose
Enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps.
Enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps enfin un camion qui résiste dans le temps.
ENFIN UN CAMION QUI RÉSISTE DANS LE TEMPS ENFIN UN CAMION QUI RÉSISTE DANS LE TEMPS ENFIN UN CAMION QUI RÉSISTE DANS LE TEMPS ENFIN UN CAMION QUI RÉSISTE LE TEMPS ENFIN UN CAMION QUI RÉSISTE DANS LE TEMPS

Le logo

On commence souvent par réaliser le logo avant de travailler sur le reste de la charte graphique.
Mais pourquoi donc en parler seulement maintenant, alors ?
Parce que pour réaliser un logo, il faut préciser tous les éléments évoqués jusqu'ici.
Une fois le logo réalisé, on peut s'appuyer sur son concept et sur ses couleurs pour décliner la charte graphique au complet.

Le logo est l'élément central d'une charte graphique.
Il reflète votre identité visuelle.

La disposition des éléments graphiques

Il s'agit maintenant de décider de l'agencement des différents composants du site.
Dans les cas les plus classiques, les sites internet sont composés de quatre parties principales :

- La bannière (aussi appelée « en-tête » ou « header »)
  C'est le reflet du design. C'est elle qui donne le ton en terme d'esthétisme puisque c'est elle que les visiteurs voient en premier. Elle est l'emblème de la charte graphique.
- Le menu
  Il va permettre de choisir le contenu à afficher. Un contenu aux noms évocateurs : « Accueil », « Contact », etc.
- Le corps
  On affiche dans le corps tout le contenu de la page.
- Le pied de page (aussi appelé « footer »)
  On l'utilise souvent pour afficher les "copyrights" des auteurs du site, les mentions légales, etc.

Rien n'empêche ensuite de prendre ces quatre composantes principales et de décliner leur présentation. La richesse des thèmes graphiques prêts à l'emploi peut donner libre cours à toutes les envies...

références et inspiration

« Créations graphiques » de John McWade (Éditions Pearson)

L'article de Yannick PIAULT de l'incontournable site http://www.siteduzero.com

L'article de Katy HARROUART (http://www.cspn.qc.ca/ccr_formation)